

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
PENJUALAN FILM *NIGHT BUS***

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Bandung, 02 Agustus 2018

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. H. Popo Suryana SE.,M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Atang Hermawan, SE. MSIE., Ak.

Wasito, SE., MSIE

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN FILM *NIGHT BUS*

ABSTRAK

Film *Night Bus* mendapatkan penghargaan sebagai film terbaik di ajang *Festival Film Indonesia 2017* tetapi mempunyai jumlah penonton yang paling rendah di antara nominasi lainnya. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis Strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan oleh rumah produksi sebab hal tersebut menjadi faktor yang sangat berpengaruh pada jumlah penonton yang di dapat dari penayangan film selama berada di bioskop konvensional. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif, metode ini memaparkan situasi dan peristiwa secara deskriptif. Wawancara mendalam di lakukan kepada produser film *Night Bus* yang mengetahui secara pasti strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan dan hambatan yang di miliki oleh *Night Bus Pictures*. Hasilnya, strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan sangat efektif karena alasan keterbatasan yang ada dan hambatan yang di miliki adalah relasi, sarana media/konten yang dapat digunakan untuk promosi dan film lain yang tayang di waktu bersamaan.

Kata Kunci : *Strategi komunikasi pemasaran, program pemasaran, kesadaran merek*

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENJUALAN FILM *NIGHT BUS*

ABSTRACT

Night Bus movie got achievement as best film in *Festival Film Indonesia 2017* but has lowest number of audience then others nomination. This research intend to analyze marketing communication strategy that applied by production house because it affects the number of audience who obtained from film screening while in a conventional theatre. Used research method is qualitative method, this method explained situation and condition descriptively. In – depth interview are conducted to *Night Bus* producers who know exactly marketing communication strategy that applied and barriers possessed by *Night Bus Pictures*. The result is, marketing communication strategy that applied is very effective because limitation reason and the barriers is relation, media/content medium who can be used for promotion and the others movie who screened at the same times.

Keywords : *marketing communication strategy, Marketing program, Brand awareness.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirrobil'alamin, puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia serta ridho-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Penjualan film *Night Bus*”** tepat pada waktunya.

Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus di penuhi dalam menyelesaikan pendidikan Strata I (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Sesuai dengan program studi yang di tempuh, dalam pembahasan Skripsi ini, penulis memilih salah satu fenomena yang terjadi dalam industri film berkenaan dengan Manajemen Pemasaran, khususnya tentang strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode kualitatif sebagai metode untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan *Night Bus Pictures* dalam menjual film *Night Bus*.

Selesainya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Salah satunya adalah orang tua penulis Ibu Dadam Aidah dan juga Bapak Mochammad Ischaq selaku orang tua tercinta yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, nasehat, bantuan moril dan materil, dan tentunya kasih sayang yang tak terhingga. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, rezeki dan umur yang barokah.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Dr.H. Popo Suryana SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan kritik yang sangat bermanfaat dalam penyusunan Skripsi ini.

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf, Sp., M.Si. M.Kom., selaku Rektor Univeritas Pasundan Bandung.
2. Dr. Atang Hermawan, SE. MSIE., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
3. Dr. H. Juanim, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
4. Dr. H. Sasa S Suratman, SE., MSc., Ak., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
5. Bapak Dikdik Kusdiana, SE., MT., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
6. Bapak Wasito, SE., MSIE selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
7. Dr. H. Heru Setiawan, SE., MM., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
8. Bapak Hendra Subagja, SE. selaku Dosen Wali.
9. Kepada seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

10. Kepada Ibu Possie selaku Asisten Pribadi dari Darius Sinathrya yang telah membantu penulis bertemu dan mewawancarai informan utama dalam penelitian ini.
11. Kepada Bapak Darius Sinathrya sebagai produser dari film *Night Bus* yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang di butuhkan dalam penelitian ini.
12. Kepada Dendy Septia Nugraha, Zein Audry Barliandri, Rennys Amalia, Elma Ingga Mallisa dan kepada seluruh teman-teman Program Studi Manajemen tahun 2013 khususnya kelas 13 MJB yang telah memberikan bantuan, motivasi, saran dan juga kritik dalam penyusunan Skripsi ini.
13. Kepada Defy M Aminudin, Della Sumarna, Ferry Ferdian, Irvan Ramadhan, Ramdhan Herdiansah dan Tommy Kurniawan yang telah memberi bantuan, motivasi, saran dan juga kritik dalam penyusunan Skripsi ini.
14. Kepada Bahasinema, Bandung Film Council, Cinema Poetica, dan Ruang Film Bandung yang telah memberikan masukan dan pengetahuan tambahan dalam proses pengkajian penelitian pada Skripsi ini.
15. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penelitian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Bandung, 02 Agustus 2018

Penulis

Bagja Pangestu

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	18
2.1 Kajian Pustaka	18
2.1.1 Pengertian Manajemen	19
2.1.2 Fungsi – Fungsi Manajemen	20
2.1.3 Pengertian Pemasaran.....	20
2.1.4 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.5 Komunikasi Pemasaran	23
2.1.6 Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Ekuitas Merek.....	26

2.1.7 Strategi Pemasaran	28
2.1.7.1 Proses dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	30
2.1.7.2 Strategi Umum Pemasaran.....	32
2.1.8 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	33
2.1.9 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
3.1.1 Penelitian Kualitatif.....	49
3.1.2 Metode Studi Kasus	53
3.2 Sumber Data	55
3.3 Operasional Parameter	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 <i>In – Depth Interview</i>	61
3.4.2 Observasi	62
3.4.3 Dokumentasi.....	64
3.4.4 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner.....	65
3.4.5 Instrumen Penelitian.....	66
3.4.6 Teknik Analisis Data	67
3.4.7 Pengujian Kredibilitas Data	70
3.4.8 Analisis SWOT	73
3.4.8.1 Matriks <i>Internal Factors Evaluation (IFE)</i>	76
3.4.8.2 Matriks <i>External Factors Evaluation (EFE)</i>	79
3.4.8.3 Analisis Matriks <i>Internal – External (IE)</i>	81

3.5 Jadwal dan Tempat Penelitian	83
3.6 Prosedur Wawancara	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Hasil Penelitian.....	85
4.1.1 Pengenalan Informan.....	88
4.1.2 Tentang Film <i>Night Bus</i>	91
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	96
4.1.3.1 Program Komunikasi Pemasaran.....	96
4.1.3.1.1 Poster Film <i>Night Bus</i>	96
4.1.3.1.2 Promosi Film <i>Night Bus</i>	98
4.1.3.1.3 <i>Personal Selling</i> Film <i>Night Bus</i>	101
4.1.3.1.4 <i>Direct and Interactive Marketing</i> Film <i>Night Bus</i>	102
4.1.3.1.5 <i>Public Relation and Publicity</i> Film <i>Night Bus</i>	104
4.1.3.1.6 <i>Event and Experiences</i> Film <i>Night Bus</i>	107
4.1.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	109
4.2 Pembahasan	110
4.2.1 Analisis Kinerja Komunikasi Pemasaran <i>Night Bus Pictures</i> dalam Menjual film <i>Night Bus</i>	110
4.2.2 Analisis Hambatan Komunikasi Pemasaran <i>Night Bus Pictures</i> dalam Menjual film <i>Night Bus</i>	116
4.2.2.1 Matriks EFE dan IFE dalam Film <i>Night Bus</i>	117
4.2.2.2 Matriks Internal – Eksternal (IE) dalam Film <i>Night Bus</i> ...	121
4.2.3 <i>Night Bus Pictures</i> dengan Jurnal Sebelumnya.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130

5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR TABEL

1.1 Film, Iklan Film, dan Film Iklan Berdasarkan Asal Produksi November 2017	1
1.2 15 Film Indonesia Peringkat Teratas Dalam Perolehan Jumlah Penonton Pada Tahun 2017 Berdasarkan Tahun Edar Film.....	2
1.3 10 Film Indonesia Peringkat Teratas Dalam Perolehan Jumlah Penonton Pada Tahun 2007 – 2018 Berdasarkan Tahun Edar Film.....	3
1.4 Jumlah Penonton Film yang Menggunakan Formula Film Laris	5
1.5 Rata – Rata Harga Tiket Berdasarkan Grup Bioskop.....	7
1.6 Daftar Nominasi Film Terbaik <i>Festival Film Indonesia 2017</i> beserta Jumlah Penontonnya	8
1.7 UMP 2017.....	10
1.8 Analisis SWOT <i>Night Bus Pictures</i> pada film <i>Night Bus</i>	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
3.1 Operasionalisasi Parameter.....	58
3.2 Analisis SWOT.....	73
3.3 Rancangan Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	77
3.4 Rancangan Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	80
3.5 Jadwal Penelitian.....	83
3.6 Pertanyaan – Pertanyaan dalam Wawancara.....	84
4.1 Jadwal Pelaksanaan Wawancara	88

4.2 Jumlah Penonton Film <i>Night Bus</i>	115
4.3 Matriks IFE <i>Night Bus Pictures</i>	117
4.3 Matriks EFE <i>Night Bus Pictures</i>	119

DAFTAR GAMBAR

1.1	Pembagian Keuntungan Penjualan Tiket.....	6
2.1	Komunikasi Pemasaran Terpadu Untuk Membangun Ekuitas Merek	27
2.2	Model Hierarki Tanggapan.....	27
2.3	Strategi Korporasi, Bisnis dan Pemasaran.....	29
2.4	Komponen – Komponen Strategi Korporasi	30
2.5	Struktur Manajemen <i>Market – Driven</i>	31
2.6	Komunikasi <i>push – pull</i> dan Tanggapan Pelanggan.....	34
2.7	Model Proses Komunikasi.....	34
2.8	Langkah – Langkah Pengembangan Komunikasi yang Efektif	35
3.1	Fase Distribusi Internal.....	57
3.2	Tahap Observasi	63
3.3	Model Sirkuler Nasution	69
3.4	Triangulasi Sumber.....	71
3.5	Triangulasi Teknik.....	72
3.6	Triangulasi Waktu	72
3.7	Matriks Internal – Eksternal (IE).....	82
4.1	Informan Utama Darius Sinathrya.....	88
4.2	Informan Pendukung Gorivana Ageza	89
4.3	Informan Pendukung Raksa Santana	90
4.4	Poster Film <i>Night Bus</i> dan <i>Midnight Show</i>	97

4.5	Kegiatan Promosi Film <i>Night Bus</i> dalam bentuk <i>Workshop</i>	99
4.6	Kegiatan Promosi Film <i>Night Bus</i> di Media Sosial	100
4.7	Kegiatan <i>Personal Selling</i> dalam bentuk Nobar film <i>Night Bus</i>	101
4.8	Situs Resmi <i>Night Bus Pictures</i>	103
4.9	Konferensi Pers film <i>Night Bus</i> pada 8 September 2015	104
4.10	Publikasi dari <i>Tribunnews.com</i> tentang film <i>NightBus</i> pada 1 April 2017 ..	105
4.11	Wawancara <i>Night Bus Pictures</i> dalam acara <i>Indonesia Morning Show</i> di <i>NET</i> TV pada 2 April 2017	106
4.12	Penghargaan dari <i>Festival Film Indonesia 2017</i>	108
4.13	Pola Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Night Bus Pictures</i>	109
4.14	Konten Video <i>Youtube</i> dalam rangka Menjual film <i>Night Bus</i> beserta jumlah penontonnya	112
4.15	Skor dari pengguna <i>imdb.com</i> terhadap film <i>Night Bus</i>	114
4.16	Analisis Matriks <i>Internal – External</i> film <i>Night Bus</i>	121

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Untuk Matriks EFE dan IFE	140
2. Instrumen Wawancara dan Jawaban	142
3. Dokumentasi Penelitian	145
4. Kartu Bimbingan.....	147
5. Daftar Perbaikan/LPP Skripsi	148